

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ»



Утверждаю  
Декан факультета  
Н.В. Снегирева  
«28» октября 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Маркетинг**  
(наименование дисциплины)

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль) программы Менеджмент

Квалификация выпускника бакалавр


Форма обучения очная, заочная

Год начала подготовки – 2019, 2020

Разработана  
канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и  
менеджмента

 А.А. Кобелева

Согласована  
Зав. кафедрой экономики и  
менеджмента

 Е.В. Кашеева

Рекомендована  
на заседании кафедры  
от «28» октября 2020 г.  
протокол № 2

Зав. кафедрой  Е.В. Кашеева

Одобрена  
на заседании учебно-методической  
комиссии факультета  
от «28» октября 2020 г.  
протокол № 2.1

Председатель УМК  Н.В. Снегирева

Ставрополь, 2020 г.

## Содержание

1. Цели освоения дисциплины
  2. Место дисциплины в структуре ООП
  3. Планируемые результаты обучения по дисциплине
  4. Объем дисциплины и виды учебной работы
  5. Содержание и структура дисциплины
    - 5.1. Содержание дисциплины
    - 5.2. Структура дисциплины
    - 5.3. Занятия семинарского типа
    - 5.4. Курсовой проект (курсовая работа, расчетно-графическая работа, реферат, контрольная работа)
    - 5.5. Самостоятельная работа
  6. Образовательные технологии
  7. Фонд оценочных средств (оценочные материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
  8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины
    - 8.1. Основная литература
    - 8.2. Дополнительная литература
    - 8.3. Программное обеспечение
    - 8.4. Профессиональные базы данных
    - 8.5. Информационно-справочные системы
    - 8.6. Интернет-ресурсы
    - 8.7. Методические указания по освоению дисциплины
  9. Материально-техническое обеспечение дисциплины
  10. Особенности освоения дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья
- Приложения

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Маркетинг» являются: изучение современной теории, принципов, технологий и инструментов маркетинга применительно к условиям, в которых действуют российские субъекты рынка.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Дисциплина «Маркетинг» входит в базовую часть блока 1 ООП ВО бакалавриата направления подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Управление качеством	Стратегический менеджмент
Экономика организации	Бизнес-планирование
	Инновационный менеджмент
	Логистика
	Краткосрочная и долгосрочная стратегия предприятия

Требования к «входным» знаниям, умениям и навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин, включают следующее:

- знать: методы контроля качества,
- уметь: описывать процедуры выполнения работ по управлению качеством и определять способы контроля,
- владеть: аналитическим и техническим инструментарием разработки и внедрения системы управления качеством.

## 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Формируемые компетенции (код компетенции, наименование)	Планируемые результаты обучения на данном этапе формирования компетенции
ОК-3 способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности	Знать базовые экономические понятия, объективные основы функционирования экономики и поведения экономических агентов
	Знать условия функционирования национальной экономики, понятия и факторы экономического роста
	Уметь анализировать финансовую и экономическую информацию, необходимую для принятия обоснованных решений в профессиональной сфере
ОПК-2 способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений	Знать правовые основы организации труда, основы менеджмента персонала организации.
	Знать принципы, формы управленческих решений.
	Уметь определять степень важности деловых решений и уровень собственной компетентности и ответственности.
	Уметь формулировать организационно-управленческие решения и распределять обязанности.
	Владеть способностями аргументировать принятые решения и объяснять их последствия.
ПК-3 владением навыками стратегического анализа,	Знать методы и основные теории маркетинга.
	Знать содержание и взаимосвязь основных элементов

разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	стратегии маркетинга. Знать подходы к анализу систем качества продукции, услуг с целью обеспечения её конкурентоспособности.
	Уметь разрабатывать маркетинговые стратегии организации. Уметь проводить анализ конкурентной и маркетинговой среды.
	Владеть маркетинговыми технологиями. Владеть навыками анализа поведения потребителей экономических благ. Владеть навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации. Владеть методами анализа отраслевых рынков в целях повышения конкурентоспособности организаций – участников этих рынков.
ПК-7 владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ	Знать принципы и методы контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов.
	Уметь описывать процедуры выполнения работ и определять способы контроля.  Владеть аналитическим и техническим инструментарием разработки процедур и методов контроля.
ПК-17 способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели	Знать методы и способы управления маркетингом.
	Уметь разрабатывать планы развития маркетинга на предприятии. Уметь разрабатывать маркетинговые программы. Уметь формировать лояльность к бренду, торговой марке.
	Владеть инструментами оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности. Владеть методиками оценки эффективности реализации мероприятий в области маркетинга. Навыками оценки эффективности маркетинговой деятельности.

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общий объем дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 академических часов.

##### ОФО

Вид учебной работы	Всего часов	Триместры	
		7	8
<b>Контактная работа (всего)</b>	<b>82,5</b>	40	42,5
в том числе:			

1) занятия лекционного типа (ЛК)	40	20	20
из них			
– лекции	40	20	20
2) занятия семинарского типа (ПЗ)	40	20	20
из них			
– семинары (С)	40	20	20
– практические занятия (ПР)			
– лабораторные работы (ЛР)			
3) групповые консультации	2	-	2
4) индивидуальная работа			
5) промежуточная аттестация	0,5	-	0,5
<b>Самостоятельная работа (всего) (СР)</b>	<b>133,5</b>	<b>68</b>	<b>65,5</b>
в том числе:			
Курсовой проект (работа)			
Расчетно-графические работы			
Контрольная работа			
Реферат	40	20	20
Самоподготовка (самостоятельное изучение разделов, проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)	67	48	19
Подготовка к аттестации	26,5	-	26,5
<b>Общий объем, час</b>	<b>216</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
Форма промежуточной аттестации		Заче т	Экза мен

### ЗФО

Вид учебной работы	Всего часов	Триместры	
		7	8
<b>Контактная работа (всего)</b>	<b>22,8</b>	<b>12,3</b>	<b>10,5</b>
в том числе:			
1) занятия лекционного типа (ЛК)	10	6	4
из них			
– лекции	10	6	4
2) занятия семинарского типа (ПЗ)	12	6	6
из них			
– семинары (С)	12	6	6
– практические занятия (ПР)			
– лабораторные работы (ЛР)			
3) групповые консультации			
4) индивидуальная работа			
5) промежуточная аттестация	0,8	0,3	0,5
<b>Самостоятельная работа (всего) (СР)</b>	<b>193,2</b>	<b>95,7</b>	<b>97,5</b>
в том числе:			
Курсовой проект (работа)			
Расчетно-графические работы			
Контрольная работа			
Реферат	40	20	20
Самоподготовка (самостоятельное изучение разделов, проработка и повторение лекционного материала и материала	141	72	69

учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)			
Подготовка к аттестации	12,2	3,7	8,5
Общий объем, час	<b>216</b>	108	108
Форма промежуточной аттестации		Зачет	Экзамен

## 5. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

### 5.1. Содержание дисциплины

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)
	<b>Раздел 1. Маркетинг. Маркетинговая информация. Маркетинговые исследования.</b>	
1	Маркетинг как философия управления бизнесом	Сущность и принципы маркетинга. Классическая концепция маркетинга. Современная концепция маркетинга. Ориентация на потребителя. Принцип гибкости. Принцип адаптивности. Комплексность. Ориентация на конечный результат рыночной деятельности. Социальная ориентация. Цели маркетинга. Функции маркетинга. Нужда. Потребность. Спрос. Товар. Обмен. Сделка. Рынок.
2	Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации	Задачи маркетинговых исследований. Содержание маркетинговых исследований. Этапы исследования. Методы проведения маркетинговых исследований: наблюдение, опрос, эксперимент, панель. Виды информации. Маркетинговые информационные системы.
	<b>Раздел 2. Рынок и потребитель в маркетинге.</b>	
3	Анализ рынка	Понятие конъюнктуры рынка. Емкость рынка. Доля рынка. Насыщение рынка. Спрос и предложение. Закон спроса. Эластичность спроса. Закон предложения. Эластичность предложения. Конкуренция. Совершенная конкуренция. Несовершенная конкуренция. Конкурентоспособность предприятия. Конкурентоспособность продукции.
4	Сегментация рынка	Сегментация рынка. Целевой сегмент. Недифференцированный маркетинг. Дифференцированный маркетинг. Концентрированный маркетинг. Позиционирование товара на рынке.
5	Анализ поведения потребителей.	Потребительское поведение. Модель покупательского поведения. Основные группы потребителей. Процесс принятия решения при покупке. Процесс восприятия товаров-новинки
	<b>Раздел 3. Товар.</b>	

	<b>Товародвижение. Продвижение продукции.</b>	
6	Товар в комплексе маркетинга	Товар. Классификация товаров. Марка товара. Торговая марка. Упаковка товара. Жизненный цикл товара. Разработка нового товара. Товарный ассортимент. Товарная политика.
7	Каналы распределения и товародвижения	Канал распределения. Функции канала распределения. Уровень канала сбыта. Маркетинговые каналы. Розничная торговля. Предприятия розничной торговли. Факторы успешного сбыта товаров. Оптовая торговля. Группы оптовиков. Маркетинговые решения оптовика. Система товародвижения.
8	Продвижение продукции	Понятие рекламы. Функции рекламы. Классификация рекламы. Рекламный процесс. Этапы рекламного процесса. Рекламный бюджет. Виды средств распространения рекламы.
	<b>Раздел 4. Ценовая политика. Планирование в маркетинге.</b>	
9	Цена и ценовая политика	Цена. Функции цены. Ценовая политика. Этапы разработки ценовой политики. Методы ценообразования. Скидка. Виды скидок.
10	Планирование маркетинга и контроль маркетинговых мероприятий	Понятие плана маркетинга. Внутрифирменный план. Бизнес-план. Маркетинговый план. Процесс маркетингового планирования. Маркетинговая тактика. Контроль планов. Стратегический контроль. План ревизии.

## 5.2. Структура дисциплины ОФО

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Количество часов			
		Всего	Л	С	СР
	<b>Раздел 1. Маркетинг. Маркетинговая информация. Маркетинговые исследования.</b>				
1	Маркетинг как философия управления бизнесом	21	4	4	13
2	Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации	21	4	4	13
	<b>Раздел 2. Рынок и потребители в маркетинге.</b>				
3	Анализ рынка	22	4	4	14
4	Сегментация рынка	22	4	4	14
5	Анализ поведения потребителей.	22	4	4	14
	<b>ИТОГО в триместре</b>	<b>108</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>68</b>
	<b>Раздел 3. Товар. Товародвижение. Продвижение продукции.</b>				
6	Товар в комплексе маркетинга	15	4	4	7
7	Каналы распределения и товародвижения	16	4	4	8
8	Продвижение продукции	16	4	4	8
	<b>Раздел 4. Ценовая политика. Планирование в маркетинге.</b>				

9	Цена и ценовая политика	16	4	4	8
10	Планирование маркетинга и контроль маркетинговых мероприятий	16	4	4	8
	Консультации	2	-	-	-
	Аттестация	27	-	-	-
	ИТОГО в триместре	108	20	20	39
	<b>Общий объем</b>	<b>216</b>	<b>40</b>	<b>40</b>	<b>107</b>

### ЗФО

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Количество часов			
		Всего	Л	С	СР
	<b>Раздел 1. Маркетинг. Маркетинговая информация. Маркетинговые исследования.</b>				
1	Маркетинг как философия управления бизнесом	18	-	-	18
2	Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации	22	2	2	18
	<b>Раздел 2. Рынок и потребители в маркетинге.</b>				
3	Анализ рынка	18	-	-	18
4	Сегментация рынка	22	2	2	18
5	Анализ поведения потребителей.	24	2	2	20
	Аттестация	4	-	-	-
	ИТОГО в триместре	108	6	6	92
	<b>Раздел 3. Товар. Товародвижение. Продвижение продукции.</b>				
6	Товар в комплексе маркетинга	17	-	-	17
7	Каналы распределения и товародвижения	18	-	-	18
8	Продвижение продукции	22	2	2	18
	<b>Раздел 4. Ценовая политика. Планирование в маркетинге.</b>				
9	Цена и ценовая политика	22	2	2	18
10	Планирование маркетинга и контроль маркетинговых мероприятий	20	-	2	18
	Аттестация	9	-	-	-
	ИТОГО в триместре	108	4	6	89
	<b>Общий объем</b>	<b>216</b>	<b>10</b>	<b>12</b>	<b>181</b>

### 5.3. Занятия семинарского типа

№ п/п	№ раздела (темы)	Вид занятия	Наименование	Количество часов	
				ОФО	ЗФО
1.	<b>Раздел 1.</b>				
2.	1	С	Маркетинг как философия управления бизнесом	4	-
3.	2	С	Система маркетинговых исследований и маркетинговой информации	4	2
4.	<b>Раздел 2.</b>				
5.	3	С	Анализ рынка	4	-
6.	4	С	Сегментация рынка	4	2
7.	5	С	Анализ поведения потребителей.	4	2



8.	<b>Раздел 3.</b>				
9.	6	С	Товар в комплексе маркетинга	4	-
10.	7	С	Каналы распределения и товародвижения	4	-
11.	8	С	Продвижение продукции	4	2
12.	<b>Раздел 4.</b>				
13.	9	С	Цена и ценовая политика	4	2
14.	10	С	Планирование маркетинга и контроль маркетинговых мероприятий	4	2

#### **5.4. Курсовой проект (курсовая работа, расчетно-графическая работа, реферат, контрольная работа)**

##### **Типовые темы рефератов**

1. «Сегментирование рынка и позиционирование товара»
2. «Организация маркетинга и организационные структуры»
3. «Стратегическое планирование рыночной политики компании»
4. «Модели принятия стратегических маркетинговых решений»
5. «Ассортиментная политика компании»
6. «Выведение товара на рынок и его рыночное позиционирование»
7. «Ценовая эластичность спроса: методы определения и способы воздействия»
8. «Организации коммуникативных процессов в системе маркетинга»
9. «Способы обеспечения эффективности маркетинговых коммуникаций»
10. «Продвижение товарной марки на основе web-сервера компаний»
11. «Товарная политика в системе маркетинговых решений»
12. «Проблема обеспечения конкурентоспособности товара на различных этапах жизненного цикла»
13. «Стратегические решения компании в области товарной и ценовой политики»
14. «Стратегии формирования конкурентоспособного товарного предложения»
15. «Товарная марка и формирование бренда»
16. «Целевой маркетинг и сегментирование рынка»
17. «Стратегия позиционирования»
18. «Стратегическое поведение компании на рынке»
19. «Технология сегментирования и ее применение в зарубежных и российских компаниях»
20. «Технология позиционирования и ее применение в зарубежных и российских компаниях»
21. «Организация и управление логистической системой предприятия»
22. «Организация системы закупок»
23. «Закупки и взаимоотношения с поставщиками»
24. «Организация и управление запасами на предприятии»
25. «Организация системы сбытовой деятельности предприятия»
26. «Организация и управление снабженческо-сбытовой деятельностью предприятия»
27. «Формирование службы клиентского сервиса и обслуживания потребителей на оптово-розничном (производственном) предприятии»
28. «Интегрированные системы менеджмента, особенности их формирования на российских предприятиях»
29. «Система менеджмента качества ИСО серии 9000 как фактор повышения конкурентоспособности предприятия»
30. «Управление предприятием на основе процессного подхода»
31. «Система оценки уровня конкурентоспособности предприятия»

32. «Формирование и развитие конкурентных преимуществ промышленных предприятий»  
 33. «Новые тенденции в разработке маркетинговой стратегии»  
 34. «Планирование маркетинга в компании»  
 35. «Модели управления взаимоотношениями с клиентами»

### 5.5. Самостоятельная работа

№ раздела (темы)	Виды самостоятельной работы	Количество часов	
		ОФО	ЗФО
<b>Раздел 1-2</b>			
Тема 1-5 ОФО Тема 2,4,5 ЗФО	Подготовка к семинару	40	6
Тема 1-5	Изучение специальной методической литературы	6	64
Тема 1-5	Подготовка реферата	20	20
Тема 5	Подготовка презентации	2	2
Тема 1-5	Подготовка к зачету	-	3,7
	<b>ИТОГО в триместре</b>	<b>68</b>	<b>95,7</b>
<b>Раздел 3-4</b>			
Тема 6-10 ОФО Тема 8-10 ЗФО	Подготовка к семинару	17	6
Тема	Изучение специальной методической литературы	-	61
Тема	Подготовка реферата	20	20
Тема 10	Подготовка презентации	2	2
Тема 1-10	Подготовка к экзамену	26,5	8,5
	<b>ИТОГО в триместре</b>	<b>65,5</b>	<b>97,5</b>
	<b>Общий объем, час</b>	<b>133,5</b>	<b>193,2</b>

## 6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

### Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

- сбор, хранение, систематизация и выдача учебной и научной информации;
- обработка текстовой, графической и эмпирической информации;
- подготовка, конструирование и презентация итогов исследовательской и аналитической деятельности;
- самостоятельный поиск дополнительного учебного и научного материала, с использованием поисковых систем и сайтов сети Интернет, электронных энциклопедий и баз данных;
- использование электронной почты преподавателей и обучающихся для рассылки, переписки и обсуждения возникших учебных проблем.
- использование дистанционных технологий в рамках ЭИОС.

### Интерактивные и активные образовательные технологии

№ раздела (темы)	Вид занятия (ЛК, ПР, С, ЛР)	Используемые интерактивные и активные образовательные технологии	Количество часов	
			ОФО	ЗФО
5	С	Компьютерная презентация	2	2
10	С	Компьютерная презентация	2	2

## **7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Фонд оценочных средств (оценочные материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по дисциплине приводятся в приложении.

## **8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **8.1. Основная литература**

1. Делятицкая, А. В. Маркетинг : учебное пособие / А. В. Делятицкая, А. В. Косова. — Москва : Российский государственный университет правосудия, 2016. — 120 с. — ISBN 978-5-93916-506-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/65864.html>

2. Макроэкономика : учебник для вузов / под общей редакцией В. Ф. Максимовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 171 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9802-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453038>

### **8.2. Дополнительная литература**

1. Кметь, Е. Б. Управление маркетингом : учебник / Е. Б. Кметь, А. Г. Ким. — Саратов : Вузовское образование, 2016. — 284 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/43373.html>

2. Соколова, Н. Г. Основы маркетинга : практикум / Н. Г. Соколова. — Саратов : Вузовское образование, 2016. — 266 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/54505.html>

### **8.3. Программное обеспечение**

1. Пакет программ MicrosoftOffice



### **8.4. Профессиональные базы данных**

1. «Инвестиционный проект», <https://kudainvestiruem.ru/>  
2. «Стратегическое управление и планирование», <http://stplan.ru/>  
3. База данных «Финансовый анализ и менеджмент. Финансы предприятий», <http://afdanalyse.ru/>

### **8.5. Информационные справочные системы.**

1. Информационно-правовая система «Консультант Плюс», <http://www.consultant.ru/>

### **8.6. Интернет-ресурсы**

1. <http://window.edu.ru/>  
2. <http://projectimo.ru/>  
3. <http://www.finansy.ru/>  
4. [www.eup.ru](http://www.eup.ru)

### **Периодические издания:**

1. Менеджмент и бизнес-администрирование - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/45521.html>

2. Экономика и менеджмент систем управления. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/34060.html>

3. Экономика и современный менеджмент: теория и практика. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/48512.html>

4. Вестник Московского университета. Серия 24. Менеджмент. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/59554.html>

**Периодические издания:**

1. Экономика и менеджмент систем управления. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/34060.html>

2. Экономика и современный менеджмент: теория и практика. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/48512.html>

3. Вестник Московского университета. Серия 24. Менеджмент. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/59554.html>

**8.7. Методические указания по освоению дисциплины**

**Методические указания для подготовки к лекции**

Аудиторные занятия планируются в рамках такой образовательной технологии, как проблемно-ориентированный подход с учетом профессиональных и личностных особенностей обучающихся. Это позволяет учитывать исходный уровень знаний обучающихся, а также существующие технические возможности обучения.

Методологической основой преподавания дисциплины являются научность и объективность.

Лекция является первым шагом подготовки студентов к занятиям семинарского типа. Проблемы, поставленные в ней, на занятии семинарского типа приобретают конкретное выражение и решение.

Преподаватель на вводной лекции определяет структуру дисциплины, поясняет цели и задачи изучения дисциплины, формулирует основные вопросы и требования к результатам освоения. При проведении лекций, как правило, выделяются основные понятия и определения.

На первом занятии преподаватель доводит до обучающихся требования к текущей и промежуточной аттестации, порядок работы в аудитории и нацеливает их на проведение самостоятельной работы с учетом количества часов, отведенных на нее учебным планом и рабочей программой по дисциплине (п. 5.5).

Рекомендуя литературу для самостоятельного изучения, преподаватель поясняет, каким образом максимально использовать возможности, предлагаемые библиотекой АНО ВО СКЦИ, в том числе ее электронными ресурсами, а также сделает акцент на привлечение ресурсов сети Интернет и профессиональных баз данных для изучения дисциплины.

Выбор методов и форм обучения по дисциплине определяется:

– общими целями образования, воспитания, развития и психологической подготовки обучающихся;

– особенностями учебной дисциплины и спецификой ее требований к отбору дидактических методов;

– целями, задачами и содержанием материала конкретного занятия;

– временем, отведенным на изучение того или иного материала;

– уровнем подготовленности обучающихся;

– уровнем материальной оснащенности, наличием оборудования, наглядных пособий, технических средств.

Лекции дают обучающимся систематизированные знания по дисциплине, концентрируют их внимание на наиболее сложных и важных вопросах.

Лекции обычно излагаются в традиционном или в проблемном стиле. Проблемный стиль позволяет стимулировать активную познавательную деятельность обучающихся и их интерес к дисциплине, формировать творческое мышление, прибегать к противопоставлениям и сравнениям, делать обобщения, активизировать внимание обучающихся путем постановки проблемных вопросов, поощрять дискуссию. Во время

лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на формулировки и категории, раскрывающие суть того или иного явления или процессов, выводы и практические рекомендации.

В конце лекции делаются выводы и определяются задачи на самостоятельную работу. В случае недопонимания какой-либо части предмета следует задать вопрос в установленном порядке преподавателю.

Конспект – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов:

*План-конспект* – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.

*Текстуальный конспект* – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.

*Свободный конспект* – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.

*Тематический конспект* – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

Подготовленный конспект и рекомендуемая литература используются при подготовке к занятиям семинарского типа. Подготовка сводится к внимательному прочтению учебного материала, к решению примеров, задач, к ответам на вопросы. Примеры, задачи, вопросы по теме являются средством самоконтроля.

#### **Методические указания для подготовки к занятиям семинарского типа**

Основное назначение занятий семинарского типа заключается в закреплении полученных теоретических знаний. Для этого студентам предлагаются теоретические вопросы для обсуждения (если это семинарское занятие) и задания для практического решения (если это практическое занятие). Кроме того, участие в практических занятиях предполагает отработку и закрепление студентами навыков работы с информацией, взаимодействия с коллегами и профессиональных навыков (участия в публичных выступлениях, ведения дискуссий и т.п.).

При подготовке к занятиям семинарского типа можно выделить 2 этапа: организационный; закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает: уяснение задания на самостоятельную работу; подбор рекомендованной литературы; составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию.

Начинать надо с изучения рекомендованной литературы (основной и дополнительной). Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его наиболее важная и сложная часть, требующая пояснений преподавателя в контексте контактной работы со студентами. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. Перечень теоретических вопросов по каждой теме, на которые студенты должны обратить особое внимание, определяется преподавателем, ведущим соответствующее занятие, и заранее доводится до сведения обучающихся.

Задачи, практические задания, представленные по дисциплине, имеют практико-ориентированную направленность.

Решение задачи может быть представлено в письменной или устной форме. В случае вариативности решения задачи следует обосновать все возможные варианты решения.

В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, разобраться в иллюстративном материале, задачах.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (перечня основных пунктов) по изучаемому материалу (вопросу). Такой план позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам и структурировать изученный материал.

В структуре занятий семинарского типа традиционно выделяют следующие этапы: 1) организационный этап, контроль исходного уровня знаний (обсуждение вопросов, возникших у студентов при подготовке к занятию; 2) исходный контроль (тесты, опрос, проверка письменных домашних заданий и т.д.), коррекция знаний студентов; 3) обучающий этап (предъявление алгоритма решения заданий, инструкций по выполнению заданий, выполнения методик и др.); 4) самостоятельная работа студентов на занятии; 5) контроль конечного уровня усвоения знаний; 6) заключительный этап.

На занятиях семинарского типа могут применяться следующие формы работы: фронтальная - все студенты выполняют одну и ту же работу; групповая - одна и та же работа выполняется группами из 2-5 человек; индивидуальная - каждый студент выполняет индивидуальное задание.

Форма занятий семинарского типа: 1) традиционная путем теоретического обсуждения спорных вопросов темы путем проведения устного опроса студентов; 2) интерактивная (техника «мозгового штурма», работа в малых группах и пр).

#### Техника «мозгового штурма»

В целях погружения студентов в тему используется техника «мозгового штурма» по наиболее дискуссионному вопросу темы, не имеющему однозначного решения. Цель проведения мозгового штурма в начале занятия заключается в вовлечении в процесс обучения всех слушателей аудитории и активизации их мыслительной деятельности, диагностировании опыта и знаний студентов.

В результате участия в мозговом штурме студентами отрабатываются навыки получения и работы с информацией (в частности, студентами осуществляется анализ полученных ответов, выделение сведений, имеющих и не имеющих отношение к обсуждаемой проблеме, обнаружение существующих проблем и пробелов, проводится классификация сведений по различным основаниям), а также навыки взаимодействия с коллегами (студентами) предоставляется возможность оценить собственную точку зрения и услышать позиции других обучающихся). Продолжительность – 15-20 минут.

#### Работа в малых группах

Работа в малых группах используется для коллективного поиска правильного варианта или нескольких вариантов предложенных к данной теме блоков вопросов, заданий. С этой целью преподавателем студенты разбиваются на малые рабочие группы в составе не более 3 человек и им предлагаются для обсуждения и решения проблемы. По окончании работы в малой группе студенты презентуют полученные результаты и обсуждают их с другими студентами в формате комментирования либо дискуссии. В результате участия в работе в малых группах студентами отрабатываются навыки получения, обмена и работы с информацией, а также профессионально значимые навыки взаимодействия с другими лицами в форме сотрудничества, активного слушания, выработки общего решения и др. Продолжительность – 1-1,5 часа.

В течение занятия студенту необходимо выполнить задания, выданные преподавателем, выполнение которых зачитывается, как текущая работа студента. Для усиления профессиональной направленности занятий семинарского типа возможно проведение бинарных занятий, построенных на основе межпредметных связей. На таких

занятиях результаты практических заданий, полученных по одной дисциплине, являются основой для их выполнения по другой дисциплине.

### **Методические указания по выполнению практических заданий**

Практические занятия проводятся после изучения соответствующих разделов и тем учебной дисциплины.

Целями практических занятий является закрепление теоретических знаний студентов и приобретение практических навыков в профессиональной сфере деятельности.

Для решения практических заданий студенту необходимо изучить теоретический материал (лекционный материал, учебную и практическую литературу) по теме практической работы.

При выполнении практических работ необходимым является наличие умения анализировать, сравнивать, обобщать, делать выводы. Решение задачи должно быть аргументированным, ответы на задания представлены полно.

В соответствии с методикой заранее формулируется тема практического занятия, ставятся конкретные цели и задачи, достигаемые в процессе выполнения практического занятия. Приводится литература, необходимая для выполнения практического занятия.

Начинать работу на занятии рекомендуется с ознакомления с кратким теоретическим материалом, касающимся практического занятия. Затем осуществляется контроль понимания обучающимися наиболее общих терминов. Далее следует разбор решения типовой задачи практического занятия. В том случае, если практическое занятие не содержит расчетного задания, а связано с изучением и анализом теоретического материала, необходимо более подробно остановиться на теоретических сведениях и ознакомиться с источниками литературы, необходимыми для выполнения данного практического занятия.

В ходе выполнения расчетных заданий обучающиеся научатся реализовывать последовательность действий при использовании наиболее распространенных методов и делать выводы, вытекающие из полученных расчетов.

Каждое из практических занятий может представлять небольшое законченное исследование одного из теоретических вопросов изучаемой дисциплины.

В конце каждого занятия необходим контроль. Контрольные вопросы должны способствовать более глубокому изучению теоретического курса, связанного с темой практического занятия. Также контрольные вопросы должны помочь в решении поставленных перед учащимся задач и подготовке к сдаче практического занятия.

В общем виде методика проведения практических занятий включает в себя рассмотрение теоретических основ и примера расчета, выдачу многовариантного задания и индивидуальное самостоятельное выполнение обучающимся расчетов. Освоение методики расчета осуществляется во время проведения практических занятий, далее самостоятельно обучающиеся выполняют расчетные работы в соответствии заданиями.

Студент последовательно выполняет выданные ему преподавателем задания.

В случае возникновения затруднений, студент может обратиться к преподавателю за помощью.

### **Методические указания для выполнения самостоятельной работы**

Самостоятельная работа студентов заключается: 1) в самостоятельном изучении теоретического курса (изучение рекомендуемой и лично выбранной литературы в процессе подготовки к аудиторным занятиям, дополнении информации, полученной на лекциях и занятиях семинарского типа); 2) в систематизации и закреплении полученных теоретических знаний и практических материалов посредством решения задач и выполнения практико-ориентированных заданий; 3) в подготовке рефератов; 4) в подготовке компьютерной презентации и пр.

В целях наиболее эффективного изучения дисциплины подготовлены различные задания, различающиеся по целям.

Задания представлены – 1) контрольными вопросами, предназначенными для самопроверки; 2) письменными заданиями, включающими задачи и задания.

Задачи самостоятельной внеаудиторной работы студентов заключаются в продолжении изучения теоретического материала дисциплины и в развитии навыков самостоятельного анализа литературы.

Самостоятельное теоретическое обучение предполагает освоение студентом во внеаудиторное время рекомендуемой преподавателем основной и дополнительной литературы. С этой целью студентам рекомендуется постоянно знакомиться с классическими теоретическими источниками по темам дисциплины, а также с новинками литературы, статьями в периодических изданиях, справочных правовых системах.

Для лучшего понимания материала целесообразно осуществлять его конспектирование с возможным последующим его обсуждением на занятиях семинарского типа, на научных семинарах и в индивидуальных консультациях с преподавателем. Формы конспектирования материала могут быть различными.

Формами контроля за самостоятельным теоретическим обучением являются теоретические опросы, которые осуществляются преподавателем на занятиях семинарского типа в устной форме, преследующие цель проверки знаний студентов по основным понятиям и терминам по теме дисциплины. В случае представления студентом выполненного им в письменном виде конспекта по предложенным вопросам темы, возможна его защита на занятии семинарского типа или в индивидуальном порядке.

Решение задач осуществляется студентами самостоятельно, результаты решения задач представляются на занятии семинарского типа в устной форме, письменной форме, в формате работы в малых группах, участия в дискуссиях.

В связи с тем, что работа с задачами осуществляется во внеаудиторное время, студент может пользоваться любыми источниками и должен представить развернутое, аргументированное решение каждой задачи.

Ключевую роль в планировании индивидуальной траектории обучения по дисциплине играет *опережающая самостоятельная работа* (ОПС). Такой тип обучения предлагается в замену традиционной репродуктивной самостоятельной работе (самостоятельное повторение учебного материала и рассмотренных на занятиях алгоритмов действий, выполнение по ним аналогичных заданий). ОПС предполагает следующие виды самостоятельных работ: познавательно-поисковая самостоятельная работа, предполагающая подготовку докладов, выступлений на занятиях семинарского типа, подбор литературы по конкретной проблеме, написание рефератов и др.; творческая самостоятельная работа, к которой можно отнести выполнение специальных творческих и нестандартных заданий.

Задача преподавателя на этапе планирования самостоятельной работы – организовать ее таким образом, чтобы максимально учесть индивидуальные способности каждого обучающегося, развить в нем познавательную потребность и готовность к выполнению самостоятельных работ все более высокого уровня. Студенты, приступая к изучению тем, должны применить свои навыки работы с библиографическими источниками и рекомендуемой литературой, умение четко формулировать свою собственную точку зрения и навыки ведения научных дискуссий. Все подготовленные и представленные тексты должны являться результатом самостоятельной информационно-аналитической работы студентов. На их основе студенты готовят материалы для выступлений в ходе практических занятий.

#### **Методические указания по подготовке к тестированию**

Выполнение тестовых заданий предоставляет студентам возможность самостоятельно контролировать уровень своих знаний, обнаруживать пробелы в знаниях и



принимать меры по их ликвидации. Форма изложения тестовых заданий позволяет закрепить и восстановить в памяти пройденный материал. Для формирования заданий использована как закрытая, так и открытая форма. У студента есть возможность выбора правильного ответа или нескольких правильных ответов из числа предложенных вариантов. Для выполнения тестовых заданий студенты должны изучить лекционный материал по теме, соответствующие разделы учебников, учебных пособий и других источников.

Если какие-то вопросы вынесены преподавателем на самостоятельное изучение, следует обратиться к учебной литературе, рекомендованной преподавателем в качестве источника сведений.

### **Методические рекомендации по подготовке и оформлению реферата**

**Реферативной работой** является обзор литературы по исследуемой тематике. Реферат представляет собой один из этапов научно-исследовательской работы, основными задачами которой является:

1. Углубление теоретических знаний.
2. Развитие у студентов способностей обобщать и анализировать результаты, умения работать со специальной литературой.
3. Закрепление и развитие умений и навыков, творческого переноса изученной теории для решения практических задач.
4. Овладение фундаментальными основами будущей профессии.

**В обязанности студента** при подготовке реферата входит:

- посещение консультаций своего руководителя;
- самостоятельное изучение рекомендованной литературы и закрепление навыков работы с литературными источниками;
- овладение навыками анализа и обобщения собранного литературного материала;
- овладение научной логикой реферата, понимания цели, задач, объекта и предмета исследования, используемых методов и приемов;
- совершенствование умения грамотно, литературным языком излагать результаты и делать самостоятельные выводы;
- оформление работы в соответствии с требованиями эстетики, нормами орфографии и общими правилами литературно-графического оформления;
- регулярный отчет перед своим научным руководителем о выполнении запланированных этапов работы, информирование о полученных промежуточных результатах;
- строгое соблюдение намеченных сроков завершения этапов работы, своевременное представление ее руководителю.

**Выбор темы** студентами осуществляется по предлагаемой примерной тематике рефератов, которая соответствует рабочей программе и учитывает специфику учебного заведения. Вместе с тем студенту предоставляется право взять иную тему, которая является начальным этапом или продолжением его практической научно-исследовательской работы, учитывает его личные интересы и склонности, способности, а также уровень теоретических знаний и профессиональной практической подготовки и дает возможность творчески подойти к ее разработке.

Самостоятельно выбирая тему, студенту необходимо учесть следующие обстоятельства.

Во-первых, тема работы должна быть актуальной. Значимым признаком актуальности темы является ее отношение к проблемам, над которыми в настоящее время активно работают ученые.

Во-вторых, тема работы должна иметь выход на решение практических экономических задач.

В-третьих, тема работы должна иметь ясно очерченные границы - четко выделенные задачи и предмет исследования. Чрезмерно обширная тема не позволяет изучать проблему углубленно. Это часто приводит к обилию случайно привлекаемого теоретического материала и в конечном итоге к поверхностному освещению исследуемой проблемы.

Знание и понимание названных положений поможет правильно выбрать конкретную тему реферата, а также в известной мере предопределяет успешность ее выполнения.

Выбранная тема обязательно утверждается руководителем.

### **Сбор и обработка учебного материала**

Подготовка реферата начинается с анализа литературных источников. Для того чтобы иметь полное представление об избранной теме, целесообразно изучить соответствующую главу (главы) учебника. Затем следует приступить к глубокому изучению литературы и материала периодических изданий.

Подготовка реферата предполагает самостоятельный поиск студентом литературных источников по выбранной теме. Поэтому работа в библиотечных каталогах, поиск нужных статей в подшивках журналов и газет являются важнейшим составным элементом написания реферата. Результатом такого поиска должен стать список литературы по исследуемой теме, дополняющий и расширяющий основную литературу, рекомендованную научным руководителем.

При собеседовании или защите реферата студент должен показать знание не менее 5-10 литературных источников, корректно и обоснованно представленных в списке использованной литературы. Следует помнить, что чтение, специальное изучение литературы нельзя превращать в механическое накопление знаний. Совершенно недопустимо, если чтение сопровождается простым переписыванием учебника, брошюр, монографий или статей из журналов.

Одновременно с изучением литературы следует подбирать примеры из практики для иллюстрации теоретических положений.

### **Составление плана**

После выбора темы и анализа рекомендованных литературных источников необходимо составить примерный план, то есть обозначить основные направления предстоящей деятельности.

План работы - это перечень разделов, параграфов или пунктов, составленный в той последовательности, в какой они даны в реферате.

Намеченный план работы целесообразно обсудить с научным руководителем. Это позволит избрать наиболее оптимальный путь выполнения работы, даст возможность сосредоточить усилия на основных наиболее важных ее элементах, избежать перегруженности второстепенным для избранной темы материалом.

### **Структура работы**

Реферат должен содержать несколько логических частей, расположенных в определенной последовательности и иметь определенное оформление. *Титульный лист. Содержание. Введение. Основная часть. Заключение. Список используемых источников.*

**Содержание** представляет собой структуру работы с указанием начала каждого раздела.

**Введение** является вступительным разделом работы, в нем определяются: цель работы; объект или предмет исследования; методы достижения цели; задачи, которые ставит студент; степень изученности проблемы как у нас в России, так и за рубежом. Здесь также дается краткое обоснование, почему выбранная тема действительно значима и актуальна с точки зрения будущей профессиональной деятельности студента.

### **Основная часть.**

Содержание основной части должно раскрыть цели и соответствовать названию темы. Выполняется она на основании изучения литературы, проведения разнообразных исследований, обобщении своего личного опыта.

Основная часть разделяется на 2-4 раздела (главы), примерно равных по объему. Раздел - это законченная мысль с выводом, выводы могут быть выделены в конце раздела красной строкой или словом "выводы".

Конкретное содержание каждого из разделов обуславливается особенностями темы и представлениями студента о расположении наработанного материала.

Для лучшего объяснения материала необходимо приводить практические примеры, использовать цифровые данные, таблицы, схемы, диаграммы и другой аналитический материал.

### ***Заключение***

В заключении подводятся итоги выполненной работы. Здесь необходимо описать, что было сделано и к каким выводам вы пришли, чтобы достигнуть, поставленную во "Введении" цель. Выводы могут подтверждать или опровергать справедливость той или иной теории, которую исследовал автор, устанавливать определенные связи и зависимости, констатировать факты, содержать обобщения или практические рекомендации. Постарайтесь также оценить, какие факторы Вы не учли на первых этапах подготовки работы, что и как можно в будущем сделать иначе и т.д.

### ***Список используемых источников***

Для выполнения работы необходимо изучить специальную литературу, каталоги, справочники, газетные и журнальные статьи, сборники и монографии. Оформляя список литературы, важно не просто перечислить названия книг и статей, взятых из каталогов библиотек или из имеющихся во многих книгах списках литературы. Здесь необходимо указать те источники, с которыми слушателю довелось поработать, из которых было что-то взято в свою работу или, напротив, что вызвало несогласие автора и получило опровержение на страницах реферата.

### ***Порядок защиты***

Успешно выполненную работу преподаватель допускает к защите, которая проводится в определяемое преподавателем время по согласованию со студентами.

На защите автор в своем кратком выступлении: сообщает о сущности выбранной темы и особенностях работы над ней; останавливается на наиболее характерных тенденциях и результатах, полученных в ходе выполнения работы; делает необходимые выводы и рекомендации; отвечает на вопросы и замечания, указанные преподавателем, а также на другие вопросы преподавателя в объеме темы работы.

Защита реферата проходит на 7-8 неделе, как в форме собеседования с руководителем работы.

### ***Выдвижение рефератов на конкурс***

Лучшие рефераты выдвигаются на конкурс научных работ Северо-Кавказского социального института.

### ***Методические указания по выполнению компьютерной презентации.***

Слово «презентация» обозначает представление, демонстрацию. Обычно для компьютерной презентации используется мультимедийный проектор, отражающий содержимое экрана компьютера на большом экране, вешенном в аудитории. Презентация представляет собой совмещение видеоряда - последовательности кадров со звукорядом - последовательностью звукового сопровождения. Презентация тем эффективнее, чем в большей мере в ней используются возможности мультимедиа технологий.

**Презентация** представляет собой последовательность слайдов. Отдельный слайд может содержать текст, рисунки, фотографии, анимацию, видео и звук.

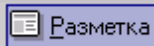
С точки зрения организации презентации можно разделить на три класса: интерактивные презентации; презентации со сценарием; непрерывно выполняющиеся презентации.

**Интерактивная презентация** - диалог между пользователем и компьютером. В этом случае презентацией управляет пользователь, т. е. он сам осуществляет поиск информации, определяет время ее восприятия, а также объем необходимого материала. В таком режиме работает ученик с обучающей программой, реализованной в форме мультимедийной презентации. При индивидуальной работе мультимедийный проектор не требуется. Все интерактивные презентации имеют общее свойство: они управляются событиями. Это означает, что когда происходит некоторое событие (нажатие кнопки мыши или позиционирование указателя мыши на экранном объекте), в ответ выполняется соответствующее действие. Например, после щелчка мышью на фотографии картины начинается звуковой рассказ об истории ее создания. **Презентация со сценарием** - показ слайдов под управлением ведущего (докладчика). Такие презентации могут содержать «плывущие» по экрану титры, анимированный текст, диаграммы, графики и другие иллюстрации. Порядок смены слайдов, а также время демонстрации каждого слайда определяет докладчик. Он же произносит текст, комментирующий видеоряд презентации. В **непрерывно выполняющихся презентациях** не предусмотрен диалог с пользователем и нет ведущего. Такие самовыполняющиеся презентации обычно демонстрируют на различных выставках.










Создание презентации на заданную тему проходит через следующие этапы: 1) создание сценария; 2) разработка презентации с использованием программных средств.

Затем нужно выбрать **программу разработки презентации**. Каждая из существующих программ такого класса обладает своими собственными индивидуальными возможностями. Тем не менее между ними есть много общего. Каждая такая программа включает в себя встроенные средства создания анимации, добавления и редактирования звука, импортирования изображений, видео, а также создания рисунков. Программа PowerPoint, входящая в программный пакет Microsoft Office, предназначена для создания презентаций. С ее помощью пользователь может быстро оформить доклад в едином стиле, таким образом, значительно повысив степень восприятия предоставляемой информации аудиторией. Презентация или «слайд-фильм», подготовленная в Power Point, представляет собой последовательность слайдов, которые могут содержать план и основные положения выступления, все необходимые таблицы, диаграммы, схемы, рисунки, входящие в демонстрационный материал. При необходимости в презентацию можно вставить видеоэффекты и звук.

#### Основные приемы создания и оформления презентации

Поставленная задача	Требуемые действия
Создать новую презентацию без помощи мастера и применения шаблона	Запустите Power Point. В окне диалога Power Point в группе полей выбора <b>Создание презентации</b> выберите <b>Новая презентация</b> .
Выбрать разметку слайда	В окне диалога <b>Создать слайд</b> выберите мышью требуемый вариант разметки. После выбора <b>Новая презентация</b> окно диалога <b>Разметка слайда</b> появляется автоматически. Если Вы хотите сменить разметку имеющегося слайда, то выполните команду <b>Формат/Разметка слайда</b> или воспользуйтесь пиктограммой, размещенной в панели <b>Форматирование</b>  .
Применить шаблон дизайна	В меню <b>Формат</b> выберите команду <b>Оформление слайда</b> или воспользуйтесь пиктограммой, размещенной в панели

	<b>Форматирование</b> 
Вставить новый слайд	Откройте тот слайд, после которого Вы хотите вставить новый, и выполните команду <b>Вставка/Создать слайд (Ctrl + M)</b> или воспользуйтесь пиктограммой, размещенной в панели <b>Форматирование</b> 
Переместиться между слайдами	Воспользуйтесь бегунком или кнопками вертикальной полосы прокрутки или клавишами Page Down, Page Up. Перемещая бегунок можно по всплывающей подсказке определить, на каком слайде остановиться.
Активизировать панель <b>Рисование</b>	Выполните команду <b>Вид /Панели инструментов/Рисование</b>
Ввести текст в произвольное место слайда	Выберите на панели <b>Рисование</b> инструмент <b>Надпись</b>  и установите текстовый курсор в нужное место или меню <b>Вставка/Надпись</b> .
Отредактировать имеющийся текст	Щелкните по тексту, установите текстовый курсор в нужное место и внесите исправления или добавления.
Удалить текст вместе с рамкой	Щелкните по тексту, затем щелкните непосредственно по рамке и нажмите клавишу <b>Delete</b> .
Изменить шрифт или размер шрифта	Воспользуйтесь командой <b>Формат/Шрифт</b> или раскрывающимся списком шрифтов/размеров панели инструментов  18 
Изменить цвет шрифта	Выполните команду <b>Формат/Шрифт</b> или выберите кнопку <b>Цвет текста</b>  панели <b>Форматирование (Рисование)</b> .
Выбрать стиль оформления шрифта	Воспользуйтесь командой <b>Формат/Шрифт</b> или кнопками панели инструментов  : полужирный, курсив, подчеркнутый, тень.
Выровнять набранный текст относительно рамки	Воспользуйтесь командой <b>Формат/Выравнивание/По левому краю (Ctrl + L); По центру (Ctrl + E); По правому краю (Ctrl + R); По ширине</b> или кнопками панели инструментов  <b>Форматирование</b> .
Выбрать цвет и тип линии для рамки, подобрать заливку	Выделите рамку (или установите курсор в текст, введенный в рамку) и выполните команду <b>Формат/</b>  ... В появившемся диалоговом окне установите цвет заливки, тип линии и ее цвет. Также можно воспользоваться кнопками панели <b>Рисование</b> :  – заливка;  – цвет линии;  – тип линии.
Активизировать панель <b>Автофигуры</b>	Выберите команду <b>Вставка/Рисунок/Автофигуры</b> или воспользуйтесь кнопкой панели <b>Рисование</b> 
Нарисовать объект	Активизируйте панель <b>Рисование</b> , выберите соответствующий инструмент (линия, овал, прямоугольник и т.д.) и «растяните» фигуру на слайде, протаскивая курсор.
Изменить цвет объекта	Выделите объект и выполните команду <b>Формат/</b>  ... или воспользуйтесь кнопкой панели <b>Рисование</b> :  – цвет линии.
Настроить тень	Выделите объект и воспользуйтесь кнопкой панели <b>Рисование</b> :

объекта	 – <b>Стиль тени.</b>
Настроить объем объекта	Выделите объект и воспользуйтесь кнопкой панели <b>Рисование:</b>  – <b>Объем.</b>
Повернуть объект на какой-либо угол	Выделите объект и воспользуйтесь кнопкой панели <b>Рисование Действия/Повернуть/отразить/Свободное вращение</b> , а затем переместите мышью угол объекта в направлении вращения.
Сгруппировать объекты	Выделите все объекты, подлежащие группировке и выполните команду <b>Группировка/Группировать</b> контекстного меню выделенных объектов.
Художественная надпись	Воспользуйтесь кнопкой панели <b>Рисование:</b>  – <b>Добавить объект WordArt.</b>
Вставить звук	Выберите команду меню <b>Вставка/Фильмы и звук/Звук из коллекции картинок; Звук из файла.</b>
Настроить анимацию	В режиме слайдов щелкните объект, который хотите анимировать. В меню <b>Показ слайдов</b> выберите команду  <b>Настройка анимации...</b> или соответствующую команду контекстного меню выбранного объекта. Выберите нужные элементы панели <b>Настройка анимации.</b>
Установить масштаб рабочего слайда в среде Power Point	На панели <b>Стандартная</b> среды Power Point установить необходимый масштаб просмотра из раскрывающегося списка  46%
Способ представления документа (т.е. презентации .ppt) в окне приложения Power Point	Документ Power Point может отображаться в окне приложения тремя способами: в виде слайдов, в режиме структуры, в режиме сортировщика слайдов. Для изменения способа представления достаточно выбрать соответствующую команду в меню <b>Вид</b> или щелкнуть по одной из трех кнопок в левой части горизонтальной полосы прокрутки:  – показ слайдов (с текущего слайда);  – обычный режим;  – режим сортировщика слайдов.
Провести демонстрацию	Выполните команду <b>Вид/Показ слайдов (F5)</b> или воспользуйтесь кнопкой  .
Перейти к следующему слайду в процессе демонстрации	Воспользуйтесь <b>щелчком</b> мыши, клавишами <b>Enter, Пробел; Page Down, Page Up</b> или клавиши навигации курсора (□□□): переход вперед/назад по галерее слайдов; <b>Home</b> – переход к самому первому слайду; <b>End</b> – переход к самому последнему слайду.
Провести демонстрацию, не запуская Power Point	Найдите свой файл, выделите и вызовите контекстное меню нажатием правой кнопки мыши. В контекстном меню выберите команду <b>Показать.</b>

Сохраняется презентация в файле с расширением .ppt.

### Методические указания по подготовке к промежуточной аттестации ЗАЧЕТ

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета.

Зачеты служат формой проверки успешного выполнения студентами тестов, рефератов, усвоения учебного материала лекционных занятий и занятий семинарского типа.

Результаты зачета определяются на основании результатов текущего контроля успеваемости студента в течение периода обучения.

## **ЭКЗАМЕН**

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена.

При подготовке к экзамену необходимо повторить конспекты лекций по всем разделам (темам) дисциплины.

На экзамене студент должен подтвердить усвоение учебного материала, предусмотренного рабочей программой дисциплины, а также продемонстрировать приобретенные навыки адаптации полученных теоретических знаний к своей профессиональной деятельности. Экзамен проводится в форме устного собеседования по типовым вопросам для экзамена.

## **9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Отдельно по типам занятий:

- для проведения занятий лекционного типа - специальное помещение, укомплектованное специализированной мебелью и техническими средствами обучения, с набором демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации.

- для проведения занятий семинарского типа - специальное помещение, укомплектованное специализированной мебелью и техническими средствами обучения.

- для проведения промежуточной аттестации - специальное помещение, укомплектованное специализированной мебелью и техническими средствами обучения.

- для самостоятельной работы обучающихся – аудитория, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

## **10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ЛИЦАМИ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (тьютора), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

– присутствие тьютора, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

– письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,

– специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),

– индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,

– при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

– присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

– обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

– обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:

– письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются тьютору;

– по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.



**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ) ДЛЯ  
ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И  
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ  
по дисциплине «Маркетинг»**

**1. Показатели и критерии оценки результатов освоения дисциплины**

Результаты обучения (код и наименование)	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Процедуры оценивания / методы контроля	
			текущий контроль успеваемости	промежуточна я аттестация
ОК-3 способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности				
Знать базовые экономические понятия, объективные основы функционирования экономики и поведения экономических агентов	Воспроизведение базовых экономических понятий, объективных основ функционирования экономики и поведения экономических агентов	Полнота изложения материала и правильность ответа.	устный опрос, защита реферата, тестирование	Зачет, экзамен (вопросы для устного опроса)
Знать условия функционирования национальной экономики, понятия и факторы экономического роста	Перечисление и воспроизведение условий функционирования национальной экономики, понятий и факторов экономического роста	Полнота изложения материала и правильность ответа.	устный опрос, защита реферата, тестирование	Зачет, экзамен (вопросы для устного опроса)
Уметь анализировать финансовую и экономическую информацию, необходимую для принятия обоснованных решений в профессиональной сфере	Анализ финансовой и экономической информации, необходимой для принятия обоснованных решений в профессиональной сфере	Достоверность и точность результатов анализа.	устный опрос, защита реферата, тестирование, защита компьютерной презентации, выполнение практических заданий	Зачет, экзамен (ситуационные задачи)
ОПК-2 способностью находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений				
Знать правовые основы организации труда, основы менеджмента персонала организации.	Воспроизведение правовых основ организации труда, основ менеджмента персонала организации.	Полнота изложения материала и правильность ответа.	устный опрос, защита реферата, тестирование	Зачет, экзамен (вопросы для устного опроса)
Знать принципы, формы управленческих решений.	Перечисление принципов, форм управленческих решений.	Полнота изложения материала и правильность ответа.	устный опрос, защита реферата, тестирование	Зачет, экзамен (вопросы для устного опроса)
Уметь определять степень важности деловых решений и уровень собственной компетентности и ответственности.	Определение степени важности деловых решений и уровня собственной компетентности и ответственности.	Правильность определения степени важности деловых решений и уровня собственной компетентности и ответственности.	устный опрос, защита реферата, тестирование, защита компьютерной презентации	Зачет, экзамен (ситуационные задачи)
Уметь формулировать организационно-	Формулировка организационно-	Точность формулировки	устный опрос, защита	Зачет, экзамен (ситуационные

управленческие решения и распределять обязанности.	управленческих решений и распределение обязанностей.	организационно-управленческих решений и правильность распределения обязанностей.	реферата, тестирование	задачи
Владеть способностями аргументировать принятые решения и объяснять их последствия.	Аргументация решений и объяснение их последствий.	Правильность аргументации и верность объяснения последствий принятия решений.	устный опрос, защита реферата, тестирование, защита компьютерной презентации, выполнение практических заданий	Зачет, экзамен (ситуационные задачи)
Владеть современными методиками принятия и реализации организационно-управленческих решений.	Демонстрация навыков владения современными методиками принятия и реализации организационно-управленческих решений.	Правильность и уместность применения современных методик принятия и реализации организационно-управленческих решений.	устный опрос, защита реферата, тестирование	Зачет, экзамен (ситуационные задачи)
ПК-3 владением навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности				
Знать методы и основные теории маркетинга.	Воспроизведение методов и основных теорий маркетинга.	Полнота изложения материала и правильность ответа.	устный опрос, защита реферата, тестирование	Зачет, экзамен (вопросы для устного опроса)
Знать содержание и взаимосвязь основных элементов стратегии маркетинга.	Перечисление и характеристика основных элементов стратегии маркетинга.	Полнота изложения материала и правильность ответа.	устный опрос, защита реферата, тестирование	Зачет, экзамен (вопросы для устного опроса)
Знать подходы к анализу систем качества продукции, услуг с целью обеспечения её конкурентоспособности	Перечисление подходов к анализу систем качества продукции, услуг с целью обеспечения её конкурентоспособности	Полнота изложения материала и правильность ответа.	устный опрос, защита реферата, тестирование	Зачет, экзамен (вопросы для устного опроса)
Уметь разрабатывать маркетинговые стратегии организации.	Разработка маркетинговой стратегии организации.	Логичность и последовательность процесса разработки маркетинговой стратегии организации.	устный опрос, защита реферата, тестирование, защита компьютерной презентации	Зачет, экзамен (ситуационные задачи)
Уметь проводить анализ конкурентной и маркетинговой среды.	Проведение анализа конкурентной и маркетинговой среды.	Объективность и достоверность результатов анализа.	устный опрос, защита реферата, тестирование	Зачет, экзамен (ситуационные задачи)
Владеть маркетинговыми технологиями.	Применение технологий маркетинга.	Уместность применения тех или иных технологий.	устный опрос, защита реферата, тестирование, выполнение практических	Зачет, экзамен (ситуационные задачи)

			заданий	
Владеть навыками анализа поведения потребителей экономических благ.	Проведение анализа поведения потребителей экономических благ.	Объективность и достоверность результатов анализа.	устный опрос, защита реферата, тестирование	Зачет, экзамен (ситуационные задачи)
Владеть навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации.	Осуществление стратегического анализа. Разработка и осуществление стратегии организации.	Объективность и достоверность результатов анализа. Логичность и последовательность процесса разработки стратегии организации.	устный опрос, защита реферата, тестирование, защита компьютерной презентации	Зачет, экзамен (ситуационные задачи)
Владеть методами анализа отраслевых рынков в целях повышения конкурентоспособности организаций – участников этих рынков.	Анализ отраслевых рынков.	Объективность и достоверность результатов анализа.	устный опрос, защита реферата, тестирование	Зачет, экзамен (ситуационные задачи)
ПК-7 владением навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ				
Знать принципы и методы контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов.	Перечисление принципов и методов контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов	Полнота изложения материала и правильность ответа.	устный опрос, защита реферата, тестирование	Зачет, экзамен (вопросы для устного опроса)
Уметь описывать процедуры выполнения работ и определять способы контроля.	Описание процедуры выполнения работ и определение способов контроля	Правильность описания процедуры выполнения работ и определения способов контроля	устный опрос, защита реферата, тестирование, защита компьютерной презентации	Зачет, экзамен (ситуационные задачи)
Владеть аналитическим и техническим инструментарием разработки процедур и методов контроля.	Разработка процедур и методов контроля	Правильность, логичность и последовательность разработки процедур и методов контроля	устный опрос, защита реферата, тестирование	Зачет, экзамен (ситуационные задачи)
ПК-17 способностью оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели				
Знать методы и способы управления маркетингом.	Перечисление методов и способов управления маркетингом.	Полнота изложения материала и правильность ответа.	устный опрос, защита реферата, тестирование	Зачет, экзамен (вопросы для устного опроса)
Уметь разрабатывать планы развития маркетинга на предприятии.	Разработка плана развития маркетинга на предприятии.	Логичность и последовательность процесса разработки плана развития маркетинга на предприятии.	устный опрос, защита реферата, тестирование, защита компьютерной презентации	Зачет, экзамен (ситуационные задачи)
Уметь разрабатывать	Разработка	Логичность и	устный опрос,	Зачет, экзамен

маркетинговые программы.	маркетинговой программы.	последовательность процесса разработки маркетинговой программы.	защита реферата, тестирование	(ситуационные задачи)
Уметь формировать лояльность к бренду, торговой марке.	Осуществление процесса формирования лояльности к бренду, торговой марке.	Логичность и последовательность процедуры.	устный опрос, защита реферата, тестирование	Зачет, экзамен (ситуационные задачи)
Владеть инструментами оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности.	Проведение оценки экономических и социальных условий осуществления предпринимательской деятельности.	Объективность и достоверность результатов оценки.	устный опрос, защита реферата, тестирование, защита компьютерной презентации, выполнение практических заданий	Зачет, экзамен (ситуационные задачи)
Владеть методиками оценки эффективности реализации мероприятий в области маркетинга.	Оценка эффективности реализации мероприятий в области маркетинга.	Объективность и достоверность результатов оценки.	устный опрос, защита реферата, тестирование	Зачет, экзамен (ситуационные задачи)
Владеть навыками оценки эффективности маркетинговой деятельности.	Оценка эффективности маркетинговой деятельности.	Объективность и достоверность результатов оценки.	устный опрос, защита реферата, тестирование, защита компьютерной презентации, выполнение практических заданий	Зачет, экзамен (ситуационные задачи)
ОК-3, ОПК-2, ПК-3, ПК-7, ПК-17				Зачет, экзамен

## 2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания

### 2.1. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания в рамках текущего контроля успеваемости

**Устный опрос** - средство контроля усвоения учебного материала по темам занятий.

Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя: беседу преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме (индивидуально или фронтально).

Показатели для оценки устного ответа: 1) знание материала; 2) последовательность изложения; 3) владение речью и профессиональной терминологией; 4) применение конкретных примеров; 5) знание ранее изученного материала; 6) уровень теоретического анализа; 7) степень самостоятельности; 8) степень активности в процессе; 9) выполнение регламента.

Для подготовки к данному оценочному мероприятию необходимо изучить работы отечественных и зарубежных ученых по теме занятия, просмотреть последние аналитические отчеты и справочники, а также повторить лекционный материал.

#### Критерии и шкала оценки устного опроса

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он раскрыл вопрос в полной мере на основе учебной, методической, дополнительной литературы, а также необходимых нормативно-правовых актов.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он раскрыл вопрос в полной мере на основе только учебной литературы, а также необходимых нормативно-правовых актов.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он раскрыл вопрос лишь частично на основе только учебной литературы, сделав при этом ряд существенных ошибок.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если ответ по существу отсутствует, несмотря на наводящие вопросы преподавателя.

**Тестирование** - средство контроля усвоения учебного материала. Не менее, чем за неделю до тестирования, преподаватель определяет обучающимся исходные данные для подготовки к тестированию: разделы (темы, вопросы), по которым будут задания в тестовой форме, литературу и источники (с точным указанием разделов, тем, статей) для подготовки.

Тесты выполняются во время аудиторных занятий семинарского типа.

Количество вопросов в тестовом задании определяется преподавателем.

На выполнение тестов отводится 0,5-1 академический час.

Индивидуальное тестовое задание выдается обучающемуся на бумажном носителе. Также тестирование может проводиться с использованием компьютерных средств и программ в специально оборудованных помещениях.

При прохождении тестирования пользоваться конспектами лекций, учебниками не разрешено.

Уровень знаний обучающегося определяется оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

#### Критерии и шкала оценки тестирования

Количество правильных ответов:

Менее 52% - «неудовлетворительно»

53-70% – «удовлетворительно»

71-85% – «хорошо»

86-100% – «отлично»

**Защита реферата** – это знание материала темы, отстаивание собственного взгляда на проблему, демонстрация умения свободно владеть материалом, грамотно формулировать мысли.

Защита реферата проводится на практическом занятии и продолжается 5-7 минут.

Студент делает сообщение, в котором освещаются основные проблемы, дается анализ использованных источников, обосновываются сделанные выводы. После этого он отвечает на вопросы преподавателя и аудитории. Все оппоненты могут обсуждать и дополнять реферат, давать ему оценку, оспаривать некоторые положения и выводы.

Если защита реферата признана неудачной, то, с учетом замечаний, он должен быть переработан. Студент устраняет недостатки и либо повторно защищает реферат на практическом занятии, либо отчитывается перед преподавателем.

Студенты, не представившие реферат к защите или не защитившие его, не допускаются к сдаче итоговой отчетности по дисциплине.

Уровень знаний и умений обучающегося определяется оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

#### Критерии и шкала оценки реферата.

Новизна текста:

а) актуальность темы исследования;  
 б) новизна и самостоятельность в постановке проблемы, формулирование нового аспекта известной проблемы в установлении новых связей (межпредметных, внутрипредметных, интеграционных);

в) умение работать с исследованиями, литературой, систематизировать и структурировать материал;

г) авторская позиция, самостоятельность оценок и суждений;

д) стилевое единство текста.

Степень раскрытия сущности вопроса:

а) соответствие плана теме реферата;

б) соответствие содержания теме и плану реферата;

в) полнота и глубина знаний по теме;

г) обоснованность способов и методов работы с материалом;

е) умение обобщать, делать выводы, сопоставлять различные точки зрения по одному вопросу (проблеме).

*Обоснованность выбора источников:*

а) оценка использованной литературы: привлечены ли наиболее известные работы по теме исследования (в т.ч. журнальные публикации последних лет, последние статистические данные, сводки, справки и т.д.).

*Соблюдение требований к оформлению:*

а) насколько верно оформлены ссылки на используемую литературу, список литературы;

б) оценка грамотности и культуры изложения (в т.ч. орфографической, пунктуационной, стилистической культуры), владение терминологией;

в) соблюдение требований к объёму реферата.

Оценка	Характеристики ответа и реферата студента
<b>5 (отлично)</b>	ставится, если выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.
<b>4 (хорошо)</b>	основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём работы; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.
<b>3 (удовлетворительно)</b>	имеются существенные отступления от требований к написанию и оформлению реферата. В частности: тема освещена частично; допущены фактические ошибки в содержании работы или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.
<b>2 (неудовлетворительно)</b>	тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

**Презентация** – это инструмент предъявления визуального ряда, назначение которого – создание цепочки образов, т. е. каждый слайд должен иметь простую, понятную структуру и содержать текстовые или графические элементы, несущие в себе

зрительный образ как основную идею слайда. Цепочка образов должна полностью соответствовать ее логике.

При оценке содержания презентации, прежде всего, учитывается соответствие содержания презентации целям, структуре обозначенной темы.

При оценке оформления презентации учитывается: соответствие оформления целям и содержанию презентации; единый стиль в оформлении; разумное разнообразие содержания и приемов оформления; дизайн и эстетика оформления.

По результатам презентации выставляется оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

### Критерии оценки презентации

Критерии оценивания:

1. Содержание презентации:
  - раскрытие темы
  - подача материала (обоснованность разделения на слайды)
  - наличие и обоснованность графического оформления (фотографий, схем, рисунков, диаграмм)
    - грамотность изложения
    - наличие интересной дополнительной информации по теме проекта
    - ссылки на источники информации (в т.ч. ресурсы Интернет)
2. Оформление презентации
  - единство дизайна всей презентации
  - обоснованность применяемого дизайна
  - единство стиля включаемых в презентацию рисунков
  - применение собственных (авторских) элементов оформления
  - оптимизация графики
3. Обоснованное использование эффектов мультимедиа: графики, анимации, видео, звука.
4. Навигация: наличие оглавления, кнопок перемещения по слайдам или гиперссылок.
5. Доклад на заданную тему с использованием презентации.

Оценка	Характеристики презентации
<b>5 (отлично)</b>	В презентации полностью и глубоко раскрыто наполнение (содержание) представляемой темы, четко определена структура презентации, отсутствуют фактические (содержательные), орфографические и стилистические ошибки. Представлен перечень источников, оформленный согласно общепринятым требованиям. Цветовые, шрифтовые решения, расположение текстов и схем в кадрах соответствуют требованиям реализации принципа наглядности в обучении.
<b>4 (хорошо)</b>	В презентации полностью раскрыто наполнение (содержание) представляемой темы; четко определена структура презентации; имеются незначительные фактические (содержательные) ошибки и орфографические и стилистические ошибки (не более трех). Представлен перечень источников, оформленный согласно общепринятым требованиям. Цветовые, шрифтовые решения, расположение текстов и схем в кадрах не в полной мере соответствуют требованиям реализации принципа наглядности в обучении.
<b>3 (удовлетворительно)</b>	В презентации не полностью раскрыто наполнение (содержание) представляемой темы; четко определена

	структура презентации; имеются незначительные фактические (содержательные) ошибки и орфографические и стилистические ошибки (не более трех). Представлен перечень источников, однако оформление не соответствует общепринятым требованиям. Цветовые, шрифтовые решения, расположение текстов и схем в кадрах не в полной мере соответствуют требованиям реализации принципа наглядности в обучении.
<b>2 (неудовлетворительно)</b>	В презентации не раскрыто наполнение (содержание) представляемой темы; не четко определена структура ресурса; имеются фактические (содержательные) ошибки и орфографические и стилистические ошибки. Представлен перечень источников, однако оформление не соответствует общепринятым требованиям. Цветовые, шрифтовые решения, расположение текстов и схем в кадрах не соответствуют требованиям реализации принципа наглядности в обучении.

**Выполнение практических заданий (решение задач, кейсов)** – письменная форма работы студента, которая способствует закреплению и углублению теоретических знаний и позволяет сформировать у студентов навыки применения этих знаний на практике при анализе и решении практических ситуаций.

Практические задания (задачи, кейсы) выполняются во время аудиторных занятий семинарского типа по выданному преподавателем заданию.

Количество заданий определяется преподавателем.

Результатом выполнения задания является отчёт, который должен содержать: номер, тему практической работы; краткое описание каждого задания; выполненное задание; ответы на контрольные вопросы.

Уровень умений и навыков обучающегося определяется оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Критерии и шкала оценки выполнения практических заданий (решения задач, кейсов)

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он самостоятельно и правильно выполнил практическое задание (решил учебно-профессиональную задачу, кейс), уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагал свое решение, используя понятия профессиональной сферы.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он самостоятельно и в основном выполнил практическое задание (решил учебно-профессиональную задачу, кейс), уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагал свое решение, используя понятия профессиональной сферы.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он в основном выполнил практическое задание (решил учебно-профессиональную задачу, кейс), допустил несущественные ошибки, слабо аргументировал свое решение, не используя в понятия профессиональной сферы.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не выполнил практическое задание (не решил учебно-профессиональную задачу, не выполнил кейс) или выполнил (решил) с грубыми ошибками.

## **2.2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания в рамках промежуточной аттестации**

**Зачет** - форма промежуточной аттестации по дисциплине.



Промежуточная аттестация студентов очной формы обучения, проводимая в форме зачета, осуществляется до начала экзаменационной сессии по завершении изучения дисциплины (курса) в данном периоде обучения (как правило, во время последнего аудиторного занятия). Зачет проводится за счет часов, отведённых на изучение соответствующей дисциплины (модуля, курса). Результаты зачета определяются на основании результатов текущего контроля успеваемости студента в течение периода обучения.

Промежуточная аттестация студентов заочной формы обучения осуществляется в период зачётно-экзаменационной сессии.

При промежуточном контроле уровень освоения учебной дисциплины и степень сформированности компетенции определяются оценками «зачтено», «незачтено»:

Оценка	Критерии оценки
«Зачтено»	выставляется, если студент успешно защитил реферат, выполнил тестовые задания, подготовил компьютерную презентацию, усвоил учебный материал занятий лекционного и семинарского типа, успешно ответил на вопросы во время устного опроса, выполнил практические задания.
«Незачтено»	выставляется, если студент не защитил реферат, не выполнил 52 % тестовых заданий, не подготовил компьютерную презентацию, не усвоил учебный материал занятий лекционного и семинарского типа, по результатам устного опроса получил неудовлетворительную оценку, не выполнил практические задания.

**Экзамен** – это форма промежуточной аттестации по дисциплине, задачей которой является комплексная оценка уровней достижения планируемых результатов обучения по дисциплине.

Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя: собеседование преподавателя со студентами по вопросам экзаменационного билета и ситуационной задаче.

Билет к экзамену содержит 2 вопроса из перечня вопросов, приведенных в п. 3.6 и 1 ситуационную задачу из перечня, приведенного в п.3.7.

Вопросы к экзамену доводятся до сведения студентов заранее.

При подготовке к ответу пользование учебниками, учебно-методическими пособиями, средствами связи и электронными ресурсами на любых носителях запрещено.

Время на подготовку ответа – от 30 до 45 минут.

По истечении времени подготовки ответа, студент отвечает на вопросы экзаменационного билета. На ответ студента по каждому вопросу билета отводится, как правило, 3-5 минут.

После ответа студента преподаватель может задать дополнительные (уточняющие) вопросы в пределах предметной области экзаменационного задания.

После окончания ответа преподаватель объявляет обучающемуся оценку по результатам экзамена, а также вносит эту оценку в экзаменационную ведомость, зачетную книжку.

Уровень знаний, умений и навыков обучающегося определяется оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

#### Критерии и шкала оценки экзамена

**Оценка «отлично»** выставляется студенту, если знания отличаются глубиной и содержательностью, дается полный исчерпывающий ответ, как на основные вопросы билета, так и на дополнительные; студент свободно владеет научной терминологией; ответ студента структурирован; логично и доказательно раскрывает проблему, предложенную в билете; ответ характеризуется глубиной, полнотой и не содержит фактических ошибок; ответ иллюстрируется примерами, в том числе из собственной

практики; студент демонстрирует умение аргументировано вести диалог и научную дискуссию; правильно решил ситуационную задачу.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если знания имеют достаточный содержательный уровень, однако отличаются слабой структурированностью; содержание билета раскрывается, но имеются неточности при ответе на дополнительные вопросы; имеющиеся в ответе несущественные фактические ошибки, студент способен исправить самостоятельно, благодаря наводящему вопросу; недостаточно раскрыта проблема по одному из вопросов билета; недостаточно логично изложен вопрос; ответ прозвучал недостаточно уверенно; студент не смог продемонстрировать способность к интеграции теоретических знаний и практики, допустил несущественную ошибку при решении ситуационной задачи.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если содержание билета раскрыто слабо, знания имеют фрагментарный характер, отличаются поверхностностью и малой содержательностью, имеются неточности при ответе на основные вопросы билета; программные материалы в основном излагаются, но допущены фактические ошибки; студент не может обосновать закономерности и принципы, объяснить факты; студент не может привести пример для иллюстрации теоретического положения; у студента отсутствует понимание излагаемого материала, материал слабо структурирован; у студента отсутствуют представления о межпредметных связях, допустил существенную ошибку при решении ситуационной задачи.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если обнаружено незнание или непонимание студентом предмета изучения дисциплины; содержание вопросов билета не раскрыто, допускаются существенные фактические ошибки, которые студент не может исправить самостоятельно; на большую часть дополнительных вопросов по содержанию экзамена студент затрудняется дать ответ или не дает верных ответов, не решил ситуационную задачу.

### **3. Типовые контрольные задания**

#### **Типовые задания для текущего контроля успеваемости**

##### **3.1. Перечень типовых тестовых заданий**

1. Аналитическая функция маркетинга включает в себя...
  - А. проведение целенаправленной ценовой политики
  - Б. организацию контроля маркетинга
  - В. калькулирование себестоимости продукта
  - Г. изучение фирменной структуры рынка
  
2. Аналитическая функция связей с общественностью включает:
  - А. комплекс мер по проведению PR компаний
  - Б. консультация по организации PR мероприятий
  - В. тиражирование информации при выполнении разъяснительной работы
  - Г. выработка стратегии и тактики информационной политической организации
  
3. Анализ текущей ситуации начинается с этапа...
  - А. прогнозирование
  - Б. сбор информации
  - Г. сегментирования
  - Д. анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз
  
4. Активного применения маркетинга требует рынок...
  - А. покупателя, продавца
  - Б. покупателя
  - В. товаров потребительского назначения

5. Агенты по продаже недвижимости используют форму маркетинговых коммуникаций \_\_\_ продажи
- А. личные
  - Б. сетевые
  - В. розничные
  - Г. оптовые
6. Банковская услуга отличается от других видов услуг...
- А. непостоянством качества и неосвязаемостью
  - Б. использованием денег в различных видах и формах
  - В. непостоянством и высоким риском
  - Г. использованием коммерческой выгоды
7. В качестве средств, стимулирующих торговлю в местах продаж, можно использовать.....
- А. открытие кофейни
  - Б. предоставление кредитной линии
  - В. открытие ломбарда
  - Г. спонсорскую помощь
8. Вертикальная маркетинговая система как система сбыта не предполагает:
- А. Механизма мотивирования одним участником каналов сбыта всех остальных участников
  - Б. Собственности одного участника в отношении всех звеньев канала сбыта
  - В. Сбыта товаров одной ассортиментной группы
  - Г. Мощи одного участника в отношении остальных участников
9. В комплексе функций связей с общественностью не принято выделять...
- А. Информационную
  - Б. Организационную
  - Г. Методологическую
  - Д. Аналитическую
10. Вопросы, именуемые «детектор», используются для проверки...
- А. Уровня знаний респондентов о предмете исследования
  - Б. О правильности составления анкет
  - В. Уровня знаний о товаре фирм, для которой проводится исследования
  - Г. Искренности высказываний респондента
11. В набор товаров, предлагаемый фирмой-производителем, включают...
- А. Насыщенность номенклатуры
  - Б. Товарный ассортимент
  - В. Широту номенклатуры
  - Г. Гармоничность ассортимента
12. Вы – предприниматель, занимающийся торговлей овощами через косвенные каналы сбыта. В список ваших каналов сбыта не входит...
- А. Собственное место на сельскохозяйственном рынке
  - Б. Сельхозмагазин
  - В. Розничный торговец
  - Г. Ресторан

13. В бакалее магазина фирма манипулирует ценами на кофе и регистрирует объемы продаж данного продукта, что соответствует...
- А. полевому эксперименту
  - Б. описательному исследованию
  - В. кабинетному эксперименту
  - Г. зондажному исследовательскому
14. В зависимости от возможности уступки при согласовании уровня цены, выделяют \_\_\_\_\_ цены
- А. региональные
  - Б. твердые
  - В. публикуемые
  - Г. единые
15. В соответствии со стратегией проникновения на новый зарубежный рынок и закрепления на нем, фирма, как правило, устанавливает на свои товары \_\_\_\_\_ цены
- А. невысокие
  - Б. демпинговые
  - В. привлекательные
  - Г. средние
16. В теории коммуникации набор откликов получателей рекламного сообщения называют...
- А. положительной реакцией
  - Б. апробацией
  - В. ответной реакцией
  - Г. отрицательной реакцией
17. Выпуск шампуня от перхоти для мужчин относится к стратегии \_\_\_\_\_ маркетинга
- А. массового
  - Б. концентрированного
  - В. дифференцированного
  - Г. традиционного
18. В условиях неэластичного спроса на товар и отсутствия сильных конкурентов, фирме целесообразно использовать стратегию...
- А. захвата рынка
  - Б. «снятия сливок»
  - В. установления «цен-приманок»
  - Г. ценовой дискриминации
19. В качестве разовой задачи стимулирования сбыта можно рассматривать...
- А. рост числа потенциальных клиентов
  - Б. повышение информированности потребителей
  - В. избавление от лишних заказов
  - Г. увеличение коммерческой выгоды проводимого события
20. В группу традиционных расходов на рекламу, покрываемых из бюджета отдела маркетинга включают расходы на...
- А. тиражирование буклетов

- Б. страховые взносы
- В. телефонные разговоры
- Г. премии

### **3.2. Перечень типовых вопросов для устного опроса**

1. Сущность и принципы маркетинга
2. Цели и функции маркетинга
3. Основные понятия маркетинга
4. Задачи и содержание маркетинговых исследований
5. Методы проведения маркетинговых исследований
6. Виды информации. Маркетинговые информационные системы
7. Понятие конъюнктуры рынка
8. Характеристика насыщения рынка
9. Анализ спроса и предложения на рынке
10. Понятие, типы, методы конкуренции
11. Конкурентоспособность предприятия и продукции
12. Бенчмаркетинг
13. Сегментация рынка
14. Позиционирование товара на рынке
15. Понятие и содержание потребительского поведения
16. Модель покупательского поведения
17. Основные группы потребителей
18. Процесс принятия решения при покупке
19. Процесс восприятия товара-новинки
20. Понятие и классификация товаров
21. Классификация потребительских товаров
22. Классификация товаров промышленного назначения
23. Марка товара
24. Упаковка товара
25. Жизненный цикл товара
26. Процесс разработки нового товара
27. Товарный ассортимент
28. Товарная политика
29. Цена и ее функции
30. Ценовая политика предприятия
31. Методы ценообразования
32. Подходы ценообразования
33. Ценообразование со скидками
34. Понятие и функции канала распределения
35. Предприятия розничной торговли
36. Факторы успешного сбыта товаров в розничной торговле
37. Оптовая торговля
38. Группы оптовиков
39. Система товародвижения
40. Понятие и функции рекламы
41. Классификация рекламы
42. Основные этапы рекламного процесса
43. Виды средств распространения рекламы
44. План маркетинга
45. Процесс маркетингового планирования
46. Контроль планов маркетинга
47. Стратегический контроль

### 3.3. Перечень типовых тем для выполнения компьютерной презентации

Тема 5. Анализ поведения потребителей.

Тема 10. Планирование маркетинга и контроль маркетинговых мероприятий

### 3.4. Перечень типовых тем рефератов

Представлен в п.5.4. РП.

### 3.5. Типовые практические задания (задачи, кейсы)

#### Задание 1.

Распределите в логическую цепь следующие пункты маркетингового исследования (рисунок 1):

1. Сбор информации.
2. Отбор источников информации.
3. Выявление проблем и формулирование целей исследования.
4. Анализ собранной информации.
5. Представление полученных результатов.

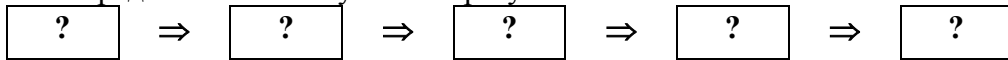


Рисунок 1 - Пункты маркетингового исследования

#### Задание 2.

Напишите формулу прибыли и вычислите по ней значение прибыли, используя приведенные данные.

$P = \dots$  ед. - прибыль;

$S = 100$  шт. - объем продаж в штуках;

$W = 10$  ед./шт. - преysкурантная цена;

$Q = 2$  ед./шт. - транспортные, комиссионные и иные расходы на продажу одной единицы товара;

$A = 5$  ед./шт. - затраты на производство 1 ед. товара, не связанные с маркетингом, но зависящие от объема производства;

$F = 50$  ед. - постоянные затраты на производство 1 ед. товара, не связанные с маркетингом и не зависящие от объема производства и продажи;

$R = 30$  ед. - затраты на рекламу;

$D = 40$  ед. - затраты на продвижение товара.

#### Задание 3.

Распределите в логическую цепь следующие пункты маркетингового исследования (рис.):

6. Сбор информации.
7. Отбор источников информации.
8. Выявление проблем и формулирование целей исследования.
9. Анализ собранной информации.
10. Представление полученных результатов.

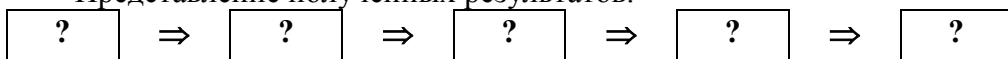


Рисунок - Пункты маркетингового исследования

### Типовые задания для промежуточной аттестации

#### 3.6. Типовые контрольные вопросы для устного опроса на экзамене

1. Сущность и принципы маркетинга

2. Цели и функции маркетинга
3. Основные понятия маркетинга
4. Задачи и содержание маркетинговых исследований
5. Методы проведения маркетинговых исследований
6. Виды информации. Маркетинговые информационные системы
7. Понятие конъюнктуры рынка
8. Характеристика насыщения рынка
9. Анализ спроса и предложения на рынке
10. Понятие, типы, методы конкуренции
11. Конкурентоспособность предприятия и продукции
12. Бенчмаркинг
13. Сегментация рынка
14. Позиционирование товара на рынке
15. Понятие и содержание потребительского поведения
16. Модель покупательского поведения
17. Основные группы потребителей
18. Процесс принятия решения при покупке
19. Процесс восприятия товара-новинки
20. Понятие и классификация товаров
21. Классификация потребительских товаров
22. Классификация товаров промышленного назначения
23. Марка товара
24. Упаковка товара
25. Жизненный цикл товара
26. Процесс разработки нового товара
27. Товарный ассортимент
28. Товарная политика
29. Цена и ее функции
30. Ценовая политика предприятия
31. Методы ценообразования
32. Подходы ценообразования
33. Ценообразование со скидками
34. Понятие и функции канала распределения
35. Предприятия розничной торговли
36. Факторы успешного сбыта товаров в розничной торговле
37. Оптовая торговля
38. Группы оптовиков
39. Система товародвижения
40. Понятие и функции рекламы
41. Классификация рекламы
42. Основные этапы рекламного процесса
43. Виды средств распространения рекламы
44. План маркетинга
45. Процесс маркетингового планирования
46. Контроль планов маркетинга

### **3.7. Типовые ситуационные задачи для промежуточной аттестации (экзамена)**

#### **Ситуационная задача 1.**

На одном сегменте рынка конкурируют три фирмы – А, В, С. Фирма А в последний день мая провела исследование мнения покупателей по товарам, которые продают все три фирмы. В результате опроса было определено, что престиж товарной марки фирмы А соответствует 40 %, В – 40 %, С - 20 %.

Проведенное в конце июня повторное обследование мнения потребителей дало соответственно следующие показатели: 42, 30, 28 %. Такая динамика вызвала чувство удовлетворения у руководителя маркетингового подразделения фирмы А, однако в данной ситуации этой фирме следует обратить внимание на рост престижа товаров фирмы С и учесть этот факт в своей деятельности. Иначе говоря, следует определить, как отразится на рыночной доле фирмы А сохранение такой тенденции в будущем.

При анализе данной ситуации можно определить движение потребительских симпатий от фирмы к фирме.

В результате проведенного исследования были получены следующие данные. На конец мая у фирмы А было 400 покупателей, у фирмы В – 400, С – 200. Фирма А забрала у фирмы В – 120, а у фирмы С – 20 покупателей. В то же время фирма А отдала фирме В – 80, а фирме С – 40 своих покупателей.

Фирма В забрала у фирмы С 20 покупателей и отдала ей 80 своих.

Рассчитайте доли рынка фирм А, В, С на конец июля, августа, сентября, предполагая сохранение показателей лояльности, оттока и притока покупателей в будущем при условии раздела рынка между этими тремя фирмами. Проанализируйте складывающуюся тенденцию.

### Ситуационная задача 2.

Заполните схему сегментации рынка, используя приведенные ниже составляющие схемы (рисунок):

1. Возраст.
2. Стиль жизни.
3. Регион.
4. Пол.
5. Личные качества (индивидуализм или групповая мотивация).
6. Уровень дохода.
7. Город или сельская местность.
8. Размер семьи.
9. Степень нуждаемости в продукте.
10. Плотность населения.
11. Профессия.
12. Численность населения.
13. Климат.
14. Поиск выгод при покупке изделия.

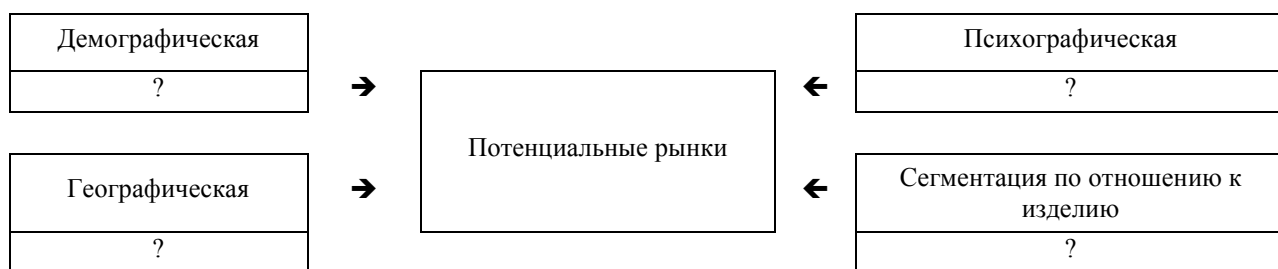


Рисунок - Схема сегментации рынка

### Ситуационная задача 3.

Заполните таблицу, используя приведенные ниже характеристики:

- 1) возраст;
- 2) размер семьи;
- 3) стиль жизни;
- 4) пол;



- 5) регион;
- 6) плотность населения;
- 7) уровень доходов;
- 8) профессия;
- 9) личные качества;
- 10) численность населения;
- 11) степень нуждаемости в продукте;
- 12) климат;
- 13) город или сельская местность;
- 14) поиск выгод при покупке изделия.

Таблица - Переменные сегментирования

Демографические	Психографические	Географические	Отношение к изделию

**Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины  
«Маркетинг»  
направление подготовки 38.03.02 Менеджмент  
направленность (профиль) программы: Менеджмент на 2019, 2020 год набора**

Внесенные изменения на 2022/2023 учебный год  
УТВЕРЖДАЮ  
Декан ЭФ \_\_\_\_\_  
Н.В. Снегирева  
«20» мая 2022г.



В рабочую программу вносятся следующие изменения:

**1) 8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

**8.3. Программное обеспечение**

1. Пакет программ MicrosoftOffice (лицензионное)
2. Microsoft Windows (лицензионное)
3. 7zip (свободно распространяемое, отечественное)
4. Антивирус (лицензионное, отечественное)

**8.4. Профессиональные базы данных**

1. База данных «Корпоративный менеджмент. Библиотека управления» [www.cfin.ru](http://www.cfin.ru)
2. «Стратегическое управление и планирование», <http://stplan.ru/>
3. База данных финансового состояния предприятия, <http://afdanalyse.ru/>
4. База данных «Инвестиционный проект», <https://kudainvestiruem.ru/>

**8.5. Информационные справочные системы.**

1. Информационно-правовая система «Консультант Плюс», <http://www.consultant.ru/>
2. Справочно-правовая система «Законодательство России»  
[http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?start\\_search&fattrib=1](http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?start_search&fattrib=1)

**8.6. Интернет-ресурсы**

1. Информационный ресурс «Projectimo.ru» <http://projectimo.ru/>
2. Информационный ресурс «Экономика и финансы» <http://www.finansy.ru/>
3. Деловое информационное пространство РБК [www.rbk.ru](http://www.rbk.ru)

**Периодические издания:**

1. International Journal of Advanced Studies (Международный журнал перспективных исследований) . – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71537.html>
2. Прикладные экономические исследования. – Режим доступа:  
<http://www.iprbookshop.ru/74836.html>
3. Финансовые исследования. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/62035.html>

Рабочая программа пересмотрена и рекомендована на заседании кафедры экономики и менеджмента от «20»мая 2022г. протокол № 9  
зав. кафедрой \_\_\_\_\_ Е.В. Кашеева

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии ЭФ от «20»мая 2022г. протокол № 9  
Председатель УМК \_\_\_\_\_ Н. В. Снегирева

СОГЛАСОВАНО:

Зав. выпускающей кафедрой экономики и менеджмента \_\_\_\_\_ Е.В. Кашеева  
«20»мая 2022г.